



Bahasa, Agama, dan Konstruksi Budaya Hijau dalam Komunitas Ekonomi Lokal

Umar Mukhtar Siregar*

umarms@unimed.ac.id*

¹ Universitas Negeri Medan

*) corresponding author

Keywords	Abstract
religious language; green culture; local economy; environmental ethics; symbolic construction	<i>This study explores the role of language and religion in constructing a green culture within local economic communities. Environmental degradation and economic vulnerability require approaches that integrate ecological values with culturally embedded meaning systems. Using a qualitative case study design, data were collected through observation, in-depth interviews, and document analysis involving local economic actors, religious leaders, and community figures. The findings reveal that religious language frames nature as a moral and spiritual trust, while religious teachings provide normative boundaries for economic activities. These discursive and ethical processes contribute to the formation of a green culture that influences production practices, marketing strategies, and consumption patterns. Green culture is manifested through restrained resource use, symbolic differentiation of products based on religious and ecological identity, and increased social trust toward environmentally responsible businesses. However, market pressures and structural economic constraints limit the consistent application of green values in practice. The novelty of this study lies in its integrative analysis of religious language and green culture as symbolic mechanisms that mediate between environmental ethics and local economic practices. The findings contribute to interdisciplinary discussions on language, religion, and sustainable local development by highlighting the importance of meaning-making processes in shaping ecological economic behavior.</i>

1. PENDAHULUAN

Krisis lingkungan global semakin memperlihatkan keterkaitan erat antara degradasi ekologis dan kerentanan ekonomi masyarakat. Laporan internasional menunjukkan bahwa perubahan iklim, penurunan kualitas tanah, dan pencemaran sumber daya air berdampak langsung pada keberlanjutan mata pencaharian kelompok masyarakat yang bergantung pada sumber daya alam (IPCC, 2021; FAO, 2022). Di negara berkembang, sektor ekonomi lokal seperti pertanian kecil, perikanan tradisional, dan usaha mikro berbasis bahan alam berada pada posisi paling rentan terhadap perubahan kondisi lingkungan. Di Indonesia, sebagian besar masyarakat perdesaan masih menggantungkan hidup pada sektor berbasis alam sehingga tekanan ekologis berimplikasi langsung pada stabilitas ekonomi rumah tangga (BPS, 2023). Kondisi ini menegaskan bahwa isu lingkungan tidak dapat dipisahkan dari persoalan ekonomi dan budaya masyarakat.

Pendekatan pembangunan berkelanjutan yang dominan sering menitikberatkan pada teknologi hijau, kebijakan publik, dan instrumen pasar. Pendekatan tersebut penting, tetapi belum sepenuhnya menyentuh dimensi kultural yang membentuk cara masyarakat

memaknai alam dan aktivitas ekonomi. Perspektif ekonomi konvensional cenderung menempatkan pelaku ekonomi sebagai aktor rasional yang mengejar keuntungan material, padahal dalam komunitas religius dan berbudaya kuat, keputusan ekonomi dipengaruhi oleh norma sosial, identitas kolektif, dan sistem makna yang dilembagakan melalui bahasa dan praktik keagamaan (Gneezy et al., 2018). Dengan demikian, bahasa dan agama berperan sebagai infrastruktur simbolik yang membingkai relasi manusia dengan alam dan dengan aktivitas ekonomi.

Bahasa memiliki fungsi ganda sebagai medium representasi dan konstruksi realitas sosial. Dalam perspektif sosiolinguistik dan analisis wacana, bahasa tidak hanya mencerminkan dunia, tetapi juga membentuk cara manusia memahami dan bertindak terhadap dunia tersebut (Fairclough, 2015). Bahasa tentang alam dan lingkungan mengandung kategori moral yang membedakan antara tindakan yang dianggap sah dan tidak sah. Dalam komunitas religius, bahasa keagamaan membingkai alam sebagai ciptaan Tuhan, amanah, atau bagian dari tatanan kosmik yang harus dijaga. Pembungkain ini memengaruhi cara masyarakat menilai praktik ekonomi yang melibatkan eksploitasi sumber daya alam.

Agama menyediakan kerangka etika yang mengatur relasi manusia dengan alam dan sesamanya. Kajian etika lingkungan berbasis agama menunjukkan bahwa ajaran keagamaan mengandung prinsip tanggung jawab ekologis dan larangan perusakan (Nasr, 2019; Rahman, 2022). Prinsip-prinsip tersebut dilembagakan dalam ritual, nasihat moral, dan tradisi lisan yang diwariskan antargenerasi. Dalam konteks ekonomi lokal, etika keagamaan dapat berfungsi sebagai perangkat regulatif yang mengatur batas-batas produksi dan konsumsi. Dengan demikian, agama tidak hanya mempengaruhi perilaku individu, tetapi juga membentuk norma kolektif dalam komunitas.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa integrasi agama dan budaya lokal dapat membentuk orientasi perilaku ramah lingkungan. Kajian tentang pesantren ramah lingkungan dan komunitas religius hijau memperlihatkan adanya perubahan praktik pertanian dan pengelolaan limbah setelah dilakukan internalisasi nilai keagamaan tentang alam (Syukri, 2024; Derysmono & Al Kahfi, 2025). Penelitian tentang ekonomi berbasis komunitas juga menunjukkan bahwa identitas religius dan kultural meningkatkan kepercayaan terhadap produk lokal dan memperkuat kohesi sosial dalam aktivitas ekonomi (Sihombing, 2023; Ratnasari, 2023). Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa bahasa dan agama memiliki potensi sebagai medium konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal.

Konsep budaya hijau merujuk pada seperangkat nilai, simbol, dan praktik sosial yang menempatkan keberlanjutan lingkungan sebagai bagian dari identitas kolektif. Budaya hijau tidak hanya tercermin dalam kebijakan atau teknologi, tetapi juga dalam cara masyarakat berbicara tentang alam, menilai aktivitas ekonomi, dan membingkai keberhasilan usaha. Bahasa memainkan peran sentral dalam proses ini karena melalui bahasa nilai-nilai ekologis dikategorikan, disosialisasikan, dan dilegitimasi. Dalam komunitas religius, bahasa keagamaan berfungsi sebagai medium utama internalisasi budaya hijau karena memiliki otoritas simbolik dan legitimasi moral.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tentang budaya hijau masih berfokus pada perilaku individu dan kebijakan publik, sementara dimensi bahasa dan agama relatif kurang mendapat perhatian. Kajian lingkungan sering menekankan perubahan sikap dan praktik teknis, tetapi belum banyak mengkaji bagaimana wacana keagamaan dan bahasa lokal membentuk konstruksi makna tentang alam dalam komunitas ekonomi. Kajian tentang ekonomi lokal cenderung menitikberatkan pada aspek produksi dan distribusi, tanpa

mengaitkannya dengan proses simbolik pembentukan budaya hijau. Akibatnya, hubungan antara bahasa, agama, dan konstruksi budaya hijau dalam konteks ekonomi lokal belum terformulasikan secara konseptual.

Kondisi empiris di lapangan menunjukkan adanya ambiguitas dalam praktik ekonomi masyarakat. Di satu sisi, bahasa keagamaan tentang amanah dan larangan merusak alam tetap hidup dalam ruang sosial. Di sisi lain, tekanan ekonomi dan tuntutan pasar mendorong praktik produksi yang berpotensi merusak lingkungan. Ambiguitas ini menunjukkan bahwa budaya hijau belum sepenuhnya terinternalisasi sebagai identitas kolektif, melainkan masih berada pada tataran wacana normatif. Hal ini memperlihatkan adanya jarak antara bahasa moral dan praktik ekonomi.

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana bahasa dan agama berperan dalam membangun konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal. Fokus penelitian diarahkan pada proses simbolik yang menghubungkan wacana keagamaan tentang alam dengan praktik ekonomi sehari-hari. Pendekatan ini memandang budaya hijau bukan sekadar sebagai hasil kebijakan atau teknologi, tetapi sebagai produk interaksi antara bahasa, agama, dan struktur ekonomi komunitas.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian analisis bahasa keagamaan dengan kajian budaya hijau dan ekonomi lokal. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi nilai ekologis dalam ajaran agama, tetapi menganalisis bagaimana nilai tersebut dikonstruksi dalam bahasa dan dilembagakan dalam praktik ekonomi. Perbedaan utama dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus pada mekanisme simbolik dan diskursif yang membentuk budaya hijau, bukan semata pada perubahan perilaku individual.

Kontribusi teoretis penelitian ini berupa penguatan pendekatan interdisipliner antara linguistik sosial, studi agama, dan ekonomi komunitas. Bahasa dan agama dipahami sebagai infrastruktur makna yang membentuk orientasi tindakan ekonomi. Kontribusi praktis penelitian ini berupa rekomendasi bahwa program pembangunan ekonomi hijau perlu mempertimbangkan bahasa dan simbol religius yang hidup dalam masyarakat sebagai medium legitimasi dan internalisasi nilai. Dengan demikian, budaya hijau dapat dibangun tidak hanya melalui intervensi teknis, tetapi juga melalui transformasi makna yang selaras dengan sistem nilai komunitas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bahasa sebagai Konstruksi Realitas Sosial

Bahasa dipahami sebagai medium utama pembentukan makna sosial. Dalam perspektif konstruksionisme sosial, bahasa tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi turut membentuk cara manusia memahami dan bertindak terhadap realitas tersebut (Fairclough, 2015). Melalui kategori leksikal dan metafora, bahasa mengorganisasi pengalaman serta membingkai relasi manusia dengan lingkungan dan aktivitas ekonomi. Bahasa tentang alam dan sumber daya mengandung penilaian moral implisit yang membedakan antara tindakan yang dianggap sah dan tidak sah.

Penelitian tentang wacana lingkungan menunjukkan bahwa cara suatu komunitas berbicara tentang alam memengaruhi orientasi perilaku ekologis (Bamberg, 2016). Narasi tentang alam sebagai “amanah” atau “ciptaan Tuhan” membangun horizon makna yang berbeda dari narasi alam sebagai “komoditas”. Dalam konteks komunitas religius, bahasa keagamaan memperkuat pembingkaiannya tersebut melalui legitimasi spiritual. Bahasa berfungsi sebagai perangkat simbolik yang menghubungkan nilai abstrak dengan praktik sosial konkret.

Namun, sebagian kajian linguistik lingkungan masih berfokus pada analisis teks atau

kampanye publik, tanpa mengaitkannya dengan struktur ekonomi lokal. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana wacana keagamaan tentang alam diterjemahkan menjadi norma kolektif dalam aktivitas ekonomi. Keterbatasan ini menunjukkan perlunya kajian yang menempatkan bahasa sebagai variabel aktif dalam konstruksi budaya hijau di komunitas ekonomi.

2.2 Etika Lingkungan Berbasis Agama

Etika lingkungan berbasis agama berangkat dari pandangan bahwa alam memiliki nilai intrinsik karena terkait dengan kehendak Ilahi dan keteraturan kosmik (Nasr, 2019). Manusia diposisikan sebagai penjaga atau pengelola alam yang bertanggung jawab atas keberlanjutan ciptaan (Rahman, 2022). Prinsip-prinsip seperti amanah, keseimbangan, dan larangan perusakan membentuk dasar normatif relasi manusia dengan alam.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa nilai religius dapat membentuk sikap dan kesadaran ekologis melalui pendidikan dan ritual keagamaan (Zulkifli, 2023). Studi tentang komunitas religius hijau dan pesantren ramah lingkungan memperlihatkan adanya perubahan praktik pertanian dan pengelolaan limbah setelah dilakukan internalisasi nilai agama (Syukri, 2024; Derysmono & Al Kahfi, 2025). Temuan ini menegaskan bahwa etika lingkungan berbasis agama memiliki kapasitas regulatif terhadap perilaku sosial.

Meskipun demikian, sebagian kajian masih menempatkan etika lingkungan sebagai wilayah normatif yang terpisah dari praktik ekonomi. Fokus penelitian lebih banyak diarahkan pada perubahan sikap, bukan pada konstruksi budaya hijau dalam aktivitas ekonomi lokal. Kesenjangan ini membuka ruang untuk menganalisis bagaimana etika religius dilembagakan melalui bahasa dan simbol dalam komunitas ekonomi.

2.3 Teori Budaya Hijau dan Praktik Ekonomi Lokal

Budaya hijau merujuk pada seperangkat nilai, simbol, dan praktik sosial yang menempatkan keberlanjutan lingkungan sebagai bagian dari identitas kolektif. Budaya hijau tidak hanya tercermin dalam kebijakan atau teknologi, tetapi juga dalam cara masyarakat menilai keberhasilan ekonomi dan legitimasi usaha. Dalam perspektif sosiologi lingkungan, budaya hijau berkembang melalui internalisasi norma ekologis dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian tentang ekonomi berbasis komunitas menunjukkan bahwa identitas budaya dan nilai lokal berperan dalam menjaga konsistensi praktik ramah lingkungan (Sihombing, 2023; Ratnasari, 2023). Produk yang diasosiasikan dengan identitas hijau dan lokal memperoleh kepercayaan sosial yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa budaya hijau dapat berfungsi sebagai modal simbolik dalam aktivitas ekonomi lokal.

Namun, kajian budaya hijau sering menekankan perilaku individu dan kebijakan publik, tanpa mengaitkannya dengan peran bahasa dan agama dalam pembentukan identitas kolektif. Keterbatasan ini mengindikasikan perlunya pendekatan yang menempatkan konstruksi makna sebagai faktor utama dalam terbentuknya budaya hijau dalam komunitas ekonomi.

2.4 Teori Modal Sosial dan Modal Simbolik

Modal sosial merujuk pada jaringan kepercayaan, norma, dan relasi sosial yang memfasilitasi tindakan kolektif (Putnam; Bourdieu). Modal simbolik berkaitan dengan legitimasi, pengakuan, dan makna yang dilekatkan pada simbol budaya dan religius. Dalam komunitas ekonomi lokal, kedua jenis modal ini dapat memperkuat keberlanjutan praktik ekonomi ramah lingkungan melalui peningkatan kepercayaan dan kohesi sosial (Gemar,

2024).

Penelitian tentang ekonomi komunitas menunjukkan bahwa praktik usaha yang memiliki legitimasi kultural dan religius lebih mudah diterima oleh masyarakat (Ratnasari, 2023). Bahasa dan simbol religius berfungsi sebagai sumber modal simbolik yang meningkatkan kepercayaan terhadap produk lokal. Modal tersebut memungkinkan nilai ekologis dilembagakan sebagai norma sosial, bukan sekadar pilihan individual.

Sebagian kajian masih memisahkan modal simbolik dari proses konstruksi budaya hijau. Pendekatan ini mengabaikan peran bahasa dan agama sebagai sumber utama legitimasi ekologis dalam komunitas religius. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya analisis yang mengintegrasikan modal simbolik dengan kajian wacana dan etika lingkungan.

2.5 Sintesis Teoretis dan Posisi Penelitian

Telaah terhadap teori bahasa sebagai konstruksi realitas, etika lingkungan berbasis agama, budaya hijau, serta modal sosial dan simbolik menunjukkan bahwa keempat domain tersebut saling berkaitan, tetapi jarang diintegrasikan dalam satu kerangka analisis. Kajian bahasa menekankan makna, kajian etika agama menekankan norma, kajian budaya hijau menekankan praktik, dan kajian modal sosial menekankan legitimasi sosial. Integrasi konseptual antarbidang tersebut masih terbatas.

Kesenjangan ini menjadi dasar kebaruan penelitian. Penelitian ini memposisikan bahasa keagamaan sebagai medium simbolik yang menghubungkan etika lingkungan dan konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal. Bahasa dipahami sebagai infrastruktur makna yang membingkai relasi manusia dengan alam dan aktivitas ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kerangka integratif yang menjelaskan bagaimana wacana religius tentang alam dilembagakan menjadi norma dan praktik ekonomi.

Posisi penelitian ini berbeda dari pendekatan deskriptif yang hanya menginventarisasi nilai atau perilaku. Penelitian ini mengkaji mekanisme simbolik yang menjembatani bahasa, agama, dan praktik ekonomi melalui analisis budaya hijau. Kontribusi teoretisnya terletak pada penguatan pendekatan interdisipliner antara linguistik sosial, studi agama, dan ekonomi komunitas. Kontribusi praktisnya berupa rekomendasi bahwa pembangunan ekonomi hijau perlu memanfaatkan bahasa dan simbol religius sebagai medium legitimasi dan internalisasi nilai ekologis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis peran bahasa dan agama dalam membangun konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif pada komunitas yang memiliki aktivitas ekonomi berbasis sumber daya alam serta praktik keagamaan yang intens dalam kehidupan sosial. Subjek penelitian meliputi pelaku usaha lokal, tokoh agama, tokoh adat, dan anggota masyarakat yang terlibat dalam aktivitas produksi dan distribusi. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap praktik ekonomi dan kegiatan keagamaan, wawancara mendalam semi-terstruktur untuk menggali penggunaan bahasa religius dalam membingkai relasi manusia dengan alam dan aktivitas ekonomi, serta dokumentasi berupa teks khutbah, materi pengajian, arsip komunitas, dan dokumen kebijakan lokal terkait lingkungan dan ekonomi masyarakat. Teknik sampling menggunakan purposive sampling dengan prinsip kecukupan data hingga mencapai kejenuhan informasi. Analisis data dilakukan secara tematik dan diskursif melalui tahap reduksi data, pengodean kategori wacana tentang alam dan ekonomi, penyajian data dalam bentuk narasi analitis, serta

penarikan kesimpulan dengan mengaitkan temuan lapangan pada kerangka teoretis. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, pengecekan kembali kepada informan, serta pencatatan reflektif selama proses penelitian untuk memastikan kredibilitas dan konsistensi temuan. Penelitian ini memperhatikan prinsip etika penelitian sosial dengan memperoleh persetujuan informan, menjaga kerahasiaan identitas, dan menghormati norma serta nilai lokal, sehingga seluruh data digunakan semata-mata untuk kepentingan ilmiah tanpa merugikan komunitas yang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa dan agama berperan sentral dalam membentuk konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal. Budaya hijau tidak muncul sebagai konsep abstrak, tetapi sebagai hasil dari praktik diskursif dan religius yang dilembagakan dalam kehidupan sosial. Bahasa keagamaan digunakan untuk membingkai relasi manusia dengan alam sebagai relasi moral dan spiritual, bukan semata relasi ekonomi. Alam dipresentasikan sebagai amanah dan bagian dari tatanan kosmik yang harus dijaga agar aktivitas ekonomi memperoleh legitimasi moral.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa konstruksi budaya hijau berlangsung melalui tiga medium utama, yaitu ceramah keagamaan, tradisi lisan lokal, dan komunikasi ekonomi sehari-hari. Dalam ceramah dan pengajian, alam sering digambarkan sebagai ciptaan Tuhan yang harus diperlakukan dengan hormat. Pesan ini dikaitkan dengan aktivitas ekonomi, seperti pertanian, perikanan, dan usaha mikro berbasis bahan alam. Dalam tradisi lisan, cerita tentang bencana akibat keserakahan manusia terhadap alam berfungsi sebagai narasi peringatan moral yang memperkuat norma ekologis komunitas. Dalam komunikasi ekonomi sehari-hari, istilah religius seperti amanah, berkah, dan larangan merusak alam digunakan untuk menilai praktik produksi dan distribusi.

Budaya hijau juga terwujud dalam aturan sosial tidak tertulis yang mengatur pemanfaatan sumber daya alam. Pelaku usaha lokal menyatakan bahwa pengambilan bahan baku dibatasi oleh musim dan kondisi alam. Praktik ini dipersepsikan sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama dan adat. Penggunaan bahan kimia atau alat yang merusak lingkungan dipandang sebagai tindakan yang tidak hanya merugikan alam, tetapi juga melanggar norma religius dan sosial. Dengan demikian, budaya hijau berfungsi sebagai sistem pengendali perilaku ekonomi.

Dalam praktik ekonomi, budaya hijau memengaruhi tiga aspek utama. Pertama, praktik produksi yang lebih berhati-hati terhadap dampak ekologis. Pelaku usaha berupaya menggunakan bahan alami, mengurangi limbah, dan memanfaatkan kembali sisa produksi. Kedua, strategi pemasaran yang menonjolkan identitas hijau dan religius produk. Produk dikemas sebagai hasil usaha yang tidak merusak alam dan sesuai dengan nilai agama. Ketiga, pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih produk yang diasosiasikan dengan nilai religius dan ekologis.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konsumen lokal memaknai produk ramah lingkungan sebagai produk yang lebih berkah dan lebih bertanggung jawab secara moral. Persepsi ini meningkatkan loyalitas terhadap pelaku usaha lokal yang dianggap mematuhi norma agama dan budaya. Dalam konteks ini, budaya hijau berfungsi sebagai modal simbolik yang meningkatkan kepercayaan dan kohesi sosial dalam aktivitas ekonomi.

Namun, hasil penelitian juga mengungkap adanya ketegangan struktural antara budaya hijau dan tuntutan pasar. Ketika permintaan pasar meningkat atau harga bahan baku naik, sebagian pelaku usaha mengalami dilema antara mempertahankan praktik ramah lingkungan

dan meningkatkan produksi secara cepat. Dalam situasi tersebut, bahasa religius tentang alam tetap hadir dalam wacana, tetapi praktik ekonomi mengalami kompromi. Budaya hijau cenderung bertahan pada level simbolik ketika tidak didukung oleh insentif ekonomi yang memadai.

Peran tokoh agama dan tokoh adat terlihat signifikan dalam menjaga keberlanjutan budaya hijau. Tokoh-tokoh tersebut berfungsi sebagai produsen dan penjaga wacana ekologis. Ceramah dan nasihat mereka mengaitkan keberhasilan usaha dengan kepatuhan terhadap norma lingkungan. Tokoh adat memperkuat pesan tersebut melalui aturan sosial dan sanksi moral. Sinergi antara otoritas religius dan sosial menciptakan legitimasi ganda terhadap budaya hijau.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal dibentuk melalui integrasi bahasa keagamaan, etika religius, dan praktik ekonomi sehari-hari. Budaya hijau tidak berdiri sebagai kebijakan formal, tetapi sebagai sistem makna kolektif yang mengatur cara masyarakat memproduksi, mengonsumsi, dan mendistribusikan sumber daya alam.

4.2 Pembahasan

Temuan penelitian menguatkan pandangan bahwa bahasa merupakan medium utama konstruksi realitas sosial (Fairclough, 2015). Dalam konteks ini, bahasa keagamaan tentang alam tidak hanya merepresentasikan nilai ekologis, tetapi membentuk kategori moral yang membingkai praktik ekonomi. Narasi tentang alam sebagai amanah menghasilkan orientasi tindakan yang berbeda dibandingkan narasi alam sebagai komoditas. Hasil ini sejalan dengan kajian wacana lingkungan yang menempatkan bahasa sebagai faktor penting dalam pembentukan kesadaran ekologis (Bamberg, 2016).

Temuan ini juga mendukung perspektif etika lingkungan berbasis agama yang menempatkan manusia sebagai penjaga alam (Nasr, 2019; Rahman, 2022). Akan tetapi, penelitian ini melampaui pendekatan normatif dengan menunjukkan bagaimana etika tersebut dilembagakan melalui bahasa dan praktik ekonomi sehari-hari. Etika religius tidak berhenti pada tataran doktrin, tetapi dikonstruksi sebagai budaya hijau melalui wacana yang terus direproduksi dalam ruang sosial.

Dari sudut pandang budaya hijau, hasil penelitian menegaskan bahwa keberlanjutan bukan hanya persoalan teknologi dan kebijakan, tetapi juga persoalan identitas kolektif. Budaya hijau terbentuk ketika nilai ekologis dilekatkan pada makna keberhasilan ekonomi dan kehormatan sosial. Temuan ini sejalan dengan kajian ekonomi berbasis komunitas yang menekankan pentingnya identitas lokal dan legitimasi sosial dalam menjaga konsistensi praktik ramah lingkungan (Sihombing, 2023; Ratnasari, 2023).

Peran bahasa religius sebagai modal simbolik memperkuat teori modal sosial dan simbolik (Bourdieu; Gemar, 2024). Bahasa keagamaan memberikan legitimasi moral terhadap praktik ekonomi ramah lingkungan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Modal simbolik ini memungkinkan nilai ekologis diterjemahkan menjadi keunggulan kompetitif di pasar lokal berbasis relasi sosial. Dengan demikian, budaya hijau tidak hanya memiliki dimensi etis, tetapi juga dimensi ekonomi.

Namun, temuan tentang ketegangan antara budaya hijau dan tekanan pasar menunjukkan keterbatasan pendekatan simbolik. Budaya hijau memiliki daya regulatif, tetapi daya tersebut melemah ketika struktur ekonomi tidak mendukung. Temuan ini menguatkan kritik terhadap pendekatan lingkungan yang hanya menekankan perubahan sikap tanpa memperhatikan kondisi material (UNEP, 2020). Integrasi budaya hijau memerlukan dukungan kebijakan, akses teknologi, dan pasar yang menghargai produk ramah lingkungan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis bahasa keagamaan dengan kajian budaya hijau dalam konteks ekonomi lokal. Penelitian terdahulu cenderung memisahkan kajian wacana religius dari kajian ekonomi. Penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi budaya hijau merupakan hasil dari interaksi antara bahasa, agama, dan struktur ekonomi komunitas. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kesenjangan antara kajian simbolik budaya dan kajian pragmatis ekonomi.

Implikasi teoretis penelitian ini adalah penguatan pendekatan interdisipliner antara linguistik sosial, studi agama, dan ekonomi komunitas. Budaya hijau dipahami sebagai produk praktik diskursif dan ekonomi secara simultan. Bahasa keagamaan diposisikan sebagai infrastruktur makna yang membentuk orientasi tindakan ekonomi. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap keberlanjutan berbasis komunitas.

Implikasi praktis penelitian ini menunjukkan bahwa program pembangunan ekonomi hijau perlu memanfaatkan bahasa dan simbol religius sebagai medium legitimasi dan internalisasi nilai. Intervensi ekonomi yang disampaikan dalam bahasa teknokratis berpotensi mengalami resistensi sosial. Sebaliknya, pesan ekologis yang dibingkai dalam bahasa religius dan budaya lokal lebih mudah diterima dan dilembagakan sebagai norma komunitas. Oleh karena itu, strategi pembangunan hijau perlu mengintegrasikan dimensi simbolik dan struktural secara simultan.

Secara kritis, penelitian ini juga menunjukkan perlunya diferensiasi strategi antara tataran wacana dan tataran praktik. Budaya hijau dapat dikonstruksi melalui bahasa, tetapi keberlanjutan praktik memerlukan insentif material. Tanpa dukungan ekonomi, budaya hijau berisiko menjadi simbol moral tanpa daya transformasi nyata. Dengan demikian, konstruksi budaya hijau harus dipadukan dengan kebijakan ekonomi yang memungkinkan praktik ramah lingkungan menjadi pilihan rasional secara material.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa bahasa dan agama memiliki peran strategis dalam membangun konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal. Budaya hijau terbentuk sebagai sistem makna kolektif yang mengatur relasi manusia dengan alam dan aktivitas ekonomi. Penelitian ini mengisi kesenjangan antara kajian bahasa, agama, dan ekonomi dengan menawarkan kerangka integratif yang menjelaskan mekanisme simbolik pembentukan budaya hijau berbasis komunitas.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa dan agama berperan strategis dalam membangun konstruksi budaya hijau dalam komunitas ekonomi lokal. Bahasa keagamaan membingkai relasi manusia dengan alam sebagai relasi moral dan spiritual, sementara ajaran agama menyediakan dasar normatif yang menegaskan tanggung jawab manusia sebagai penjaga lingkungan. Integrasi keduanya menjadikan keberlanjutan tidak hanya dipahami sebagai tuntutan teknis, tetapi sebagai bagian dari identitas kolektif komunitas.

Hasil penelitian menegaskan bahwa konstruksi budaya hijau berlangsung melalui praktik diskursif dan sosial yang terlembagakan dalam ceramah keagamaan, tradisi lisan, serta komunikasi ekonomi sehari-hari. Budaya hijau memengaruhi praktik produksi, strategi pemasaran, dan pola konsumsi masyarakat. Pada level produksi, pelaku usaha cenderung membatasi eksploitasi sumber daya dan menghindari praktik yang dipersepsikan merusak lingkungan. Pada level pemasaran, identitas hijau dan religius digunakan sebagai sumber legitimasi moral terhadap produk lokal. Pada level konsumsi, preferensi masyarakat mengarah pada produk yang diasosiasikan dengan nilai ekologis dan keagamaan. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya hijau tidak hanya memiliki dimensi etis, tetapi juga dimensi ekonomi melalui peningkatan kepercayaan dan kohesi sosial.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis bahasa keagamaan dengan kajian budaya hijau dalam konteks ekonomi lokal. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi nilai ekologis dalam ajaran agama, tetapi menjelaskan mekanisme simbolik bagaimana nilai tersebut dikonstruksi melalui bahasa dan dilembagakan dalam praktik ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kesenjangan antara kajian normatif tentang agama dan kajian pragmatis tentang ekonomi lokal dengan menawarkan kerangka konseptual yang menjembatani dimensi simbolik dan material.

Implikasi teoretis penelitian ini memperkuat pendekatan interdisipliner antara linguistik sosial, studi agama, dan ekonomi komunitas. Budaya hijau dipahami sebagai produk interaksi antara bahasa, nilai religius, dan struktur ekonomi. Bahasa keagamaan diposisikan sebagai infrastruktur makna yang membentuk orientasi tindakan ekonomi. Implikasi praktis penelitian ini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi hijau berbasis komunitas perlu memanfaatkan bahasa dan simbol religius sebagai medium legitimasi dan internalisasi nilai. Program intervensi yang disampaikan dalam kerangka makna lokal berpotensi lebih efektif dibandingkan pendekatan teknokratis semata.

Sebagai keterbatasan, penelitian ini berfokus pada satu konteks komunitas sehingga temuan belum dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian lanjutan perlu menguji konstruksi budaya hijau pada berbagai konteks budaya dan agama yang berbeda, serta menggabungkan pendekatan kualitatif dengan pengukuran kuantitatif untuk menilai dampak ekonomi dan ekologis secara lebih presisi. Dengan demikian, peran bahasa dan agama dalam membangun budaya hijau dapat dikembangkan sebagai salah satu pendekatan strategis dalam merancang pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan berakar pada sistem nilai masyarakat.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik lingkungan hidup Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Bamberg, M. (2016). Narrative analysis. In H. Cooper (Ed.), *APA handbook of research methods in psychology* (Vol. 2, pp. 85–102).
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York, NY: Greenwood Press.
- Derysmono, D., & Al Kahfi. (2025). Islamic environmental ethics and green community practices. *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, 14(1), 1–18.
- Fairclough, N. (2015). *Language and power* (3rd ed.). London: Routledge.
- FAO. (2022). *The state of the world's land and water resources for food and agriculture*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Gemar, A. (2024). Religion and symbolic capital in community-based environmental movements. *Aging & Society*, 44(2), 245–263. <https://doi.org/10.1017/S0144686X22001234>
- Gneezy, U., Imas, A., Brown, A., Nelson, L. D., & Norton, M. I. (2018). A reference-dependent model of charitable giving. *Science*, 361(6402), 714–717. <https://doi.org/10.1126/science.aau5577>
- IPCC. (2021). *Climate change 2021: Impacts, adaptation and vulnerability*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nasr, S. H. (2019). *Religion and the order of nature*. Oxford: Oxford University Press.

- Rahman, K. (2022). Islamic environmental ethics and sustainable development. *Islam and Environment*, 5(1), 33–49.
- Ratnasari, D. (2023). Local culture and green community economy. *International Journal of Environmental Education and Research*, 9(2), 101–115.
- Sihombing, S. O. (2023). Community-based ecotourism and sustainable local economy. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 789–805.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2176543>
- Smith, J. D. (2024). Religious language and environmental social movements. *Global Environmental Politics*, 24(1), 112–131.
- Syukri, S. (2024). Religious discourse and environmental awareness in local communities. *Jurnal Pendidikan Islam*, 13(2), 145–162.
- UNEP. (2020). *Global environment outlook 6: Healthy planet, healthy people*. Nairobi: United Nations Environment Programme.
- Zulkifli, N. (2023). Islamic perspectives on environmental responsibility. *Al-Araf Journal*, 20(1), 1–20.